



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

BAB III

METODE PENELITIAN

Pada bab ini penulis membahas metode penelitian yang berisi obyek penelitian, desain penelitian, variabel penelitian, teknik pengumpulan data, teknik pengambilan sampel, dan teknik analisis data. Obyek penelitian merupakan gambaran singkat mengenai sesuatu yang diteliti secara padat dan informatif. Selanjutnya, desain penelitian yang menjelaskan cara dan pendekatan penelitian yang akan digunakan. Lalu, yang akan dibahas adalah variabel penelitian, yaitu penjabaran dari masing-masing variabel serta definisi operasionalnya secara ringkas dan data apa saja yang dapat dipergunakan sebagai indikator dari variabel-variabel penelitian tersebut.

Dalam teknik pengumpulan data dibahas penjabaran usaha bagaimana peneliti mengumpulkan data, menjelaskan data yang diperlukan dan bagaimana teknik pengumpulan data yang digunakan. Setelah itu, dibahas teknik pengambilan sampel, yaitu penjelasan mengenai teknik memilih anggota populasi menjadi anggota sampel. Pada bagian akhir, penulis membahas teknik analisis data yang berisi metode analisis yang digunakan untuk mengukur hasil penelitian, serta rumus-rumus statistik yang digunakan dalam perhitungan dan program komputer yang diperlukan dalam pengolahan data.

A. Obyek Penelitian

Obyek dalam penelitian ini adalah Bank Negara Indonesia. Obyek pengamatan dalam penelitian ini adalah mengenai *corporate social responsibility* dari Bank Negara Indonesia. Penelitian ini dilakukan melalui penyebaran kuesioner kepada responden secara *online*. Subyek penelitian ini adalah konsumen yang telah mengetahui pelaksanaan program *Corporate Social Responsibility* Bank Negara Indonesia.



B. Desain Penelitian

Desain penelitian adalah rencana dan struktur investigasi yang dibuat sedemikian rupa sehingga diperoleh jawaban atas pertanyaan penelitian (Cooper dan Schindler, 2014:124). Menurut Cooper dan Schindler (2014:126-129), ada delapan perspektif klasifikasi desain penelitian, yaitu:

1. Derajat Kristalisasi Pertanyaan Riset

Penelitian ini menggunakan studi formal yang dimulai dengan suatu hipotesis atau pertanyaan riset yang kemudian melibatkan prosedur dan spesifikasi sumber data yang tepat. Tujuan dari studi formal ini adalah untuk menguji hipotesis atau jawaban atas pertanyaan penelitian yang diajukan.

2. Metode Pengumpulan Data

Penelitian ini termasuk dalam studi yang menggunakan metode komunikasi dengan mengajukan pertanyaan kepada subjek penelitian. Metode pengumpulan data dengan cara ini dipilih untuk mendapatkan data primer yang bersumber langsung dari responden.

3. Pengontrolan Variabel oleh Periset

Penelitian ini menggunakan desain laporan sesudah fakta karena peneliti tidak memiliki kontrol atas variabel, dalam pengertian bahwa peneliti tidak memiliki kemampuan untuk memanipulasi. Peneliti hanya bisa melaporkan apa yang telah terjadi atau apa yang sedang terjadi.

4. Tujuan Studi

Penelitian ini tergolong dalam studi kausal (sebab-akibat), karena penelitian ini mencoba menjelaskan hubungan antara variabel-variabel. Peneliti ingin menjelaskan bagaimana pengaruh CSR terhadap ekuitas merek melalui reputasi perusahaan dan kredibilitas merek perusahaan pada bank BNI.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak Cipta dilindungi Undang-Undang IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



5. Dimensi Waktu

Ⓒ Ditinjau dari dimensi waktu, penelitian ini merupakan penelitian *cross-sectional* atau studi lintas bagian. Studi ini dilaksanakan hanya satu kali dan mewakili potret dari suatu keadaan pada satu periode tertentu.

6. Cakupan Topik

Penelitian ini merupakan studi statistik yang didesain untuk memperluas studi, bukan untuk memperdalamnya. Penelitian ini berupaya memperoleh karakteristik populasi dengan membuat kesimpulan dari karakteristik sampel. Hipotesis diuji secara kuantitatif.

7. Lingkungan Riset

Penelitian ini termasuk dalam kondisi lingkungan aktual (kondisi lapangan). Hal ini disebabkan karena data-data didapatkan secara langsung di lapangan dengan menyebarkan kuesioner.

8. Persepsi Peserta

Proses persepsi peserta berpengaruh terhadap proses penelitian. Persepsi yang baik adalah persepsi yang nyata dan tidak menyebabkan penyimpangan yang berarti bagi partisipan dalam melakukan kegiatan rutin sehari-hari.

C. Variabel Penelitian

Berdasarkan batasan masalah yang akan diteliti, maka variabel-variabel yang akan digunakan dalam penelitian ini yaitu *Corporate Social Responsibility*, *Corporate Brand Equity*, *Corporate Reputation*, dan *Corporate Brand Credibility* yang dapat dipersonalisasi sebagai berikut:

1. *Corporate Social Responsibility*

CSR adalah suatu komitmen perusahaan untuk meningkatkan kualitas kehidupan para *stakeholders*, khususnya masyarakat sekitar dan lingkungan sosial

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Ⓒ Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



di mana perusahaan tersebut berada, yang dilakukan untuk keberlangsungan perusahaan itu sendiri. Pengukuran variabel *Corporate Social Responsibility* adalah melalui tiga indikator dan butir pernyataan yang disajikan pada tabel 3.1.

Tabel 3.1
Butir Pernyataan *Corporate Social Responsibility*

Variabel	Indikator	Butir Pernyataan	Skala
<i>Corporate Social Responsibility</i> (Diadaptasi dari Berens <i>et al.</i> , Du <i>et al.</i> , Wagner <i>et al.</i> dalam Hur <i>et al.</i> 2014).	Perusahaan bertanggung jawab secara sosial.	Menurut saya BNI adalah perusahaan yang bertanggung jawab secara sosial.	Interval
	Perusahaan peduli terhadap peningkatan kesejahteraan sosial masyarakat.	Menurut saya BNI peduli dalam meningkatkan kesejahteraan sosial masyarakat.	Interval
	Perusahaan berperilaku secara bertanggung jawab terhadap lingkungan.	Menurut saya BNI melakukan hal yang bertanggung jawab terhadap lingkungan.	Interval

2. *Corporate Brand Equity*

Corporate Brand Equity adalah respon yang berbeda dari konsumen, pelanggan, pegawai, atau konstituen terhadap kata-kata, tindakan, komunikasi, produk, atau layanan yang disediakan oleh *corporate brand entity* yang telah diidentifikasi. Pengukuran variabel *Corporate Brand Equity* adalah dengan melalui empat indikator dan butir pernyataan yang disajikan pada tabel 3.2

Tabel 3.2
Butir Pernyataan *Corporate Brand Equity*

Variabel	Indikator	Butir Pernyataan	Skala
<i>Corporate Brand Equity</i> (Diadaptasi dari Hsu dalam Hur <i>et al.</i> 2014).	Kesadaran terhadap keberadaan perusahaan.	Saya sadar akan keberadaan BNI.	Interval
	Pengenalan perusahaan diantara para pesaing.	Saya dapat mengenali BNI diantara para pesaing.	Interval
	Kecepatan pengingatan karakteristik/ciri khas yang dimiliki perusahaan.	Saya dapat secara cepat mengingat beberapa karakteristik atau ciri khas yang dimiliki oleh BNI.	Interval
	Kecepatan mengingat kembali simbol atau logo suatu perusahaan.	Saya dapat secara cepat mengingat kembali simbol atau logo BNI.	Interval

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



3. Corporate Reputation

Reputasi perusahaan merupakan nilai keseluruhan yang menunjukkan bagaimana seseorang melihat organisasi bisnis secara positif atau negatif. Pengukuran variabel *Corporate Reputation* adalah dengan melalui tiga indikator dan butir pernyataan yang disajikan pada tabel 3.3.

Tabel 3.3
Butir Pernyataan *Corporate Reputation*

Variabel	Indikator	Butir Pernyataan	Skala
<i>Corporate Reputation</i> (Diadaptasi dari Newburry dalam Hur <i>et al.</i> 2014)	Pendapat yang baik terhadap perusahaan.	Menurut saya BNI adalah perusahaan yang baik.	Interval
	Kegaguman dan penghormatan terhadap perusahaan.	Saya merasa kagum serta hormat terhadap BNI.	Interval
	Reputasi yang baik secara menyeluruh.	Menurut saya BNI memiliki reputasi yang baik secara menyeluruh.	Interval

4. Corporate Brand Credibility

Corporate Brand Credibility mengacu kepada kredibilitas dari suatu merek perusahaan sebagai sinyal, sejauh mana kepercayaan konsumen terhadap kejujuran dan keahlian perusahaan. Indikator dan butir pernyataan *Corporate Brand Credibility* disajikan pada tabel 3.4.

Tabel 3.4
Butir Pernyataan *Corporate Brand Credibility*

Variabel	Indikator	Butir Pernyataan	Skala
<i>Corporate Brand Credibility</i> (Diadaptasi dari Erdem <i>et al.</i> dalam Hur <i>et al.</i> 2014)	Pemenuhan atas apa yang telah dijanjikan perusahaan.	Saya percaya BNI memenuhi apa yang telah dijanjikan.	Interval
	Kepercayaan terhadap pengakuan perusahaan atas produk.	Menurut saya klaim/pengakuan BNI terhadap produk-produknya dapat dipercaya.	Interval
	Kepercayaan bahwa perusahaan memiliki nama yang dapat dipercaya.	Menurut saya BNI memiliki nama yang dapat dipercaya.	Interval

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



D. Teknik Pengumpulan Data

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Dalam penelitian ini menggunakan sumber data primer (sumber pertama) dengan teknik komunikasi. Teknik komunikasi dengan menyebarkan kuesioner kepada 105 responden yaitu konsumen yang telah mengetahui pelaksanaan program CSR Bank Negara Indonesia. Untuk memperoleh data tersebut, penulis menggunakan metode kuesioner *online*, *Google Docs*, dimana metode ini memberi fleksibilitas yang cukup tinggi bagi peneliti dan responden serta melindungi privasi. Para responden dapat mengisi kuesioner secara *online* melalui internet. Jenis kuesioner yang digunakan adalah pertanyaan tertutup yang berarti peneliti mengarahkan responden untuk menjawab berdasarkan pilihan jawaban yang telah disediakan.

Berdasarkan daftar pernyataan pada kuesioner yang dibuat oleh peneliti, untuk menentukan penilaian skor atas jawaban yang diberikan oleh responden, peneliti menetapkan nilai masing-masing jawaban yang diperoleh berdasarkan skala likert. Skala likert terdiri dari pernyataan yang menyatakan sikap menyenangkan maupun tidak menyenangkan atas obyek yang diamati. Partisipan diminta untuk menyetujui atau tidak menyetujui setiap pertanyaan. Partisipan menentukan tingkat persetujuan dengan menggunakan skala 5 titik yaitu, STS = Sangat Tidak Setuju, TS = Tidak Setuju, N = Netral, S = Setuju, dan SS = Sangat Setuju. Setiap tingkat jawaban diberi skor dari 1 sampai 5. Nilai 1 untuk jawaban sangat tidak setuju dan nilai 5 untuk sangat setuju.

E. Teknik Pengambilan Sampel

Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *non probability sampling*. Jenis teknik *non probability sampling* yang digunakan adalah teknik *judgement sampling*, yaitu sampel non probabilitas yang pengambilan anggota

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



sampelnya berdasarkan kriteria tertentu. Kriteria kuesioner yang digunakan adalah konsumen yang telah mengetahui pelaksanaan program CSR Bank Negara Indonesia sebanyak 105 responden.

F. Teknik Analisis Data

Dalam penelitian ini menggunakan model persamaan struktural (*Structural Equation Model*) untuk pengembangan, pengujian model, dan pengolahan data.

1. Evaluasi Model Pengukuran

a. Uji Validitas

Menurut Ghazali dan Fuad (2008:329), uji validitas merupakan suatu uji yang bertujuan untuk menentukan kemampuan suatu indikator dalam mengukur variabel laten. Validitas suatu indikator dapat dievaluasi dengan tingkat signifikansi pengaruh antara suatu variabel laten dengan indikatornya. Suatu kuesioner dinyatakan valid jika pertanyaan kuesioner mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Item pernyataan dikatakan valid apabila $P\text{-value} < 0,05$ dan $factor\ loading > 0,5$ (Ghozali dan Latan, 2014:106).

b. Uji Reliabilitas

Menurut Ghazali dan Fuad (2008:329), uji reliabilitas adalah suatu pengujian untuk menentukan konsistensi pengukuran indikator-indikator dari variabel suatu variabel laten. Uji reliabilitas digunakan untuk menunjukkan sejauh mana suatu pengukuran relatif konsisten apabila pengukuran dilakukan berulang dua kali atau lebih. Indikator pernyataan dinyatakan reliabel apabila nilai dari Cronbach's Alpha $> 0,7$.

$$r_{11} = \frac{k}{k-1} \left(1 - \frac{\sum Si^2}{St^2} \right)$$



Keterangan:

r_{11} = nilai reliabilitas

k = jumlah *item*

$\sum Si$ = jumlah varians skor tiap-tiap *item*

St = varians total

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

2. Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif dapat digunakan untuk menggambarkan pusat, penyebaran, dan bentuk distribusi data serta sangat membantu sebagai awal untuk mendeskripsikan data. Analisis deskriptif adalah transformasi data mentah ke dalam bentuk yang mudah dipahami atau diinterpretasi. Analisis deskriptif bertujuan untuk mengetahui karakteristik setiap variabel dalam sampel. Analisis deskriptif yang digunakan adalah:

a. Rata-rata Hitung (\bar{x})

Rata-rata hitung atau *mean* dilakukan dengan menjumlahkan seluruh nilai data suatu kelompok sampel, kemudian dibagi dengan jumlah sampel tersebut. Jadi jika suatu kelompok sampel acak dengan jumlah sampel n , maka bisa dihitung rata-rata dari sampel tersebut dengan rumus berikut:

$$\bar{x} = \frac{\sum_{i=1}^n x_i}{n}$$

Keterangan:

\bar{x} = rata-rata hitung (*Mean*)

x_i = nilai sampel ke- i

n = jumlah sampel/responden

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



b. Analisis Persentase (%)

Analisis persentase digunakan untuk mengetahui jumlah jawaban terbanyak dalam bentuk persentase terutama dalam mendeskripsikan data responden yang terdiri dari jenis kelamin, usia, pekerjaan, dan sebagainya. Analisis profil dilakukan dengan menghitung persentase dengan menggunakan rumus:

$$Fr_i = \frac{\sum fi}{n} \times 100\%$$

Keterangan:

Fr_i = frekuensi relatif untuk setiap kategori

$\sum fi$ = jumlah kategori yang termasuk kategori i

n = total responden

c. Rata-rata Tertimbang

Rumus yang digunakan untuk rata-rata tertimbang adalah:

$$\bar{x} = \frac{\sum f_i x_i}{\sum f_i}$$

Keterangan:

\bar{x} = skor rata-rata tertimbang

f_i = frekuensi

x_i = bobot nilai

$\sum f_i$ = jumlah responden

d. Rentang Skala

Setelah nilai rata-rata diperoleh, maka selanjutnya digambarkan rentang skala untuk menentukan posisi responden dengan menggunakan nilai skor setiap variabel. Rumus mengenai rentang skala adalah sebagai berikut:

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



$$Rs = \frac{m - 1}{m}$$

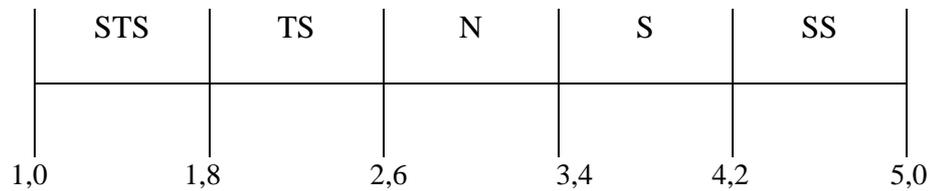
Keterangan:

Rs = Rentang skala penelitian

m = banyaknya kategori

Nilai skor tertinggi adalah 5 dan skor terendah adalah 1, jumlah kelas atau kategori adalah 5, maka dapat ditentukan rentang skalanya sebagai berikut :

$$Rs = \frac{5 - 1}{5} = 0.8$$



Tabel 3.5
Rentang Skala

Skala	Keterangan
1,00 – 1,80	Sangat Tidak Setuju (STS)
1,81 – 2,60	Tidak Setuju (TS)
2,61 – 3,40	Netral (N)
3,41 – 4,20	Setuju (S)
4,21 – 5,00	Sangat Setuju (SS)

3. Skala Likert

Skala likert merupakan skala yang digunakan untuk mengukur tanggapan partisipan dengan memberi skor numerik yang mencerminkan tingkat kesukaan, dan skor-skor ini dapat mengukur sikap partisipan secara keseluruhan. Penggunaan skala likert akan menghasilkan data interval (Cooper dan Schindler,

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

2014:278). Penelitian ini menggunakan skala likert dimana responden diberikan

③ pilihan untuk memilih dengan lima tingkat sebagai berikut:

Sangat Tidak Setuju	Tidak Setuju	Netral	Setuju	Sangat Setuju
1	2	3	4	5

4. Penilaian Overall Fit

Penilaian *overall fit* dilakukan untuk mengetahui apakah model SEM yang dibuat dapat diterima (*fit*). Indikator-indikator terdiri atas:

a. Average Path Coefficient (APC)

Nilai *cut-off* P-value untuk APC yang direkomendasikan sebagai indikasi model *fit* adalah $\leq 0,05$ dengan level signifikansi yang digunakan adalah 5% (Ghozali dan Latan, 2014:102).

b. Average R-Squared (ARS)

Nilai *cut-off* P-value untuk ARS yang direkomendasikan sebagai indikasi model *fit* adalah $\leq 0,05$ dengan level signifikansi yang digunakan adalah 5% (Ghozali dan Latan, 2014:102).

c. Average Adjusted R-Squared (AARS)

Nilai *cut-off* P-value untuk AARS yang direkomendasikan sebagai indikasi model *fit* adalah $\leq 0,05$ dengan level signifikansi yang digunakan adalah 5% (Ghozali dan Latan, 2014:102).

d. Average block VIF (AVIF)

Idealnya nilai yang direkomendasikan untuk AVIF harus $\leq 3,3$ dengan asumsi kebanyakan konstruk/variabel didalam model diukur dengan dua atau lebih indikator. Namun, nilai ≤ 5 masih dapat diterima asalkan kebanyakan

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie





konstruk/variabel didalam model diukur dengan indikator tunggal (Ghozali dan Latan, 2014:102).

C Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

e. Average Full Collinearity VIF (AFVIF)

Idealnya nilai yang direkomendasikan untuk AFVIF harus $\leq 3,3$ dengan asumsi kebanyakan konstruk/variabel didalam model diukur dengan dua atau lebih indikator. Namun, nilai ≤ 5 masih dapat diterima asalkan kebanyakan konstruk/variabel didalam model diukur dengan indikator tunggal (Ghozali dan Latan, 2014:102).

f. Tenenhaus GoF

GoF memiliki tiga tingkatan nilai yaitu kecil apabila nilai $GoF \geq 0,10$, sedang jika nilai $GoF \geq 0,25$, dan besar jika nilai $GoF \geq 0,36$ (Ghozali dan Latan, 2014:103).

g. Sympson's Paradox Ratio (SPR)

Idealnya indeks harus sama dengan 1 atau jika nilai $SPR \geq 0,7$ masih dapat diterima yang artinya 70% atau lebih dari path didalam model bebas dari *Sympson's paradox* (Ghozali dan Latan, 2014:104).

h. R-Squared Contribution Ratio (RSCR)

Idealnya indeks harus sama dengan 1 atau jika nilai $RSCR \geq 0,9$ masih dapat diterima yang berarti 90% atau lebih dari path didalam model ini tidak berhubungan dengan kontribusi *R-Squared* negatif (Ghozali dan Latan, 2014:105).

i. Statistical Suppression Ratio (SSR)

Nilai SSR dapat diterima jika memiliki nilai $\geq 0,7$ yang berarti 70% atau lebih dari path didalam model bebas dari statistikal *suppression* (Ghozali dan Latan, 2014:105).



j. **Nonlinear Bivariate Causality Direction Ratio (NLBCDR)**

Nilai NLBCDR dapat diterima jika memiliki nilai $\geq 0,7$ yang berarti 70% atau lebih dari path yang berhubungan didalam model penelitian ini mendukung untuk dibalik hipotesis dari hubungan kausalitas yang lemah (Ghozali dan Latan, 2014:105)

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

5. **Penilaian Model Struktural**

Menurut Ghozali dan Fuad (2008:335), evaluasi model struktural berfokus pada hubungan-hubungan antar variabel laten eksogen (ξ) dan endogen (η) serta hubungan antar variabel endogen (η). Tujuan dalam menilai model struktural adalah untuk memastikan apakah hubungan-hubungan yang dihipotesiskan pada model konseptualisasi didukung oleh data empiris yang diperoleh melalui survei. Terdapat dua hal yang harus diperhatikan dalam hal ini yaitu tanda/arah hubungan antar variabel dan koefisien determinasi.

a. Tanda/arah hubungan antar variabel-variabel laten mengindikasikan apakah hasil hubungan antara variabel-variabel tersebut memiliki pengaruh yang sesuai dengan yang dihipotesiskan. Hipotesis statistik dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap *Corporate Brand*

Equity

$$H_0: \gamma_{31} = 0$$

$$H_a: \gamma_{31} > 0$$

2. Pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap *Corporate Brand*

Credibility

$$H_0: \gamma_{11} = 0$$

$$H_a: \gamma_{11} > 0$$

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



3. Pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap *Corporate*

Reputation

$$H_0: \gamma_{21} = 0$$

$$H_a: \gamma_{21} > 0$$

4. Pengaruh *Corporate Brand Credibility* terhadap *Corporate Reputation*

$$H_0: \beta_{21} = 0$$

$$H_a: \beta_{21} > 0$$

5. Pengaruh *Corporate Brand Credibility* terhadap *Corporate Brand*

Equity

$$H_0: \beta_{31} = 0$$

$$H_a: \beta_{31} > 0$$

6. Pengaruh *Corporate Reputation* terhadap *Corporate Brand Equity*

$$H_0: \beta_{32} = 0$$

$$H_a: \beta_{32} > 0$$

b. Koefisien determinasi (R^2)

Koefisien determinasi, pada persamaan struktural mengidentifikasi jumlah varians pada variabel laten endogen yang dapat dijelaskan secara simultan oleh variabel-variabel laten independen. Semakin tinggi nilai R^2 , maka semakin besar variabel-variabel independen tersebut dapat menjelaskan variabel endogen, sehingga persamaan struktural semakin baik (Ghozali dan Fuad, 2008:336).

6. *Path Diagram*

Path diagram menurut Ghozali dan Fuad (2008:15) merupakan representasi grafis mengenai bagaimana beberapa variabel pada suatu model berhubungan satu sama lain. *Path diagram* memberikan suatu pandangan

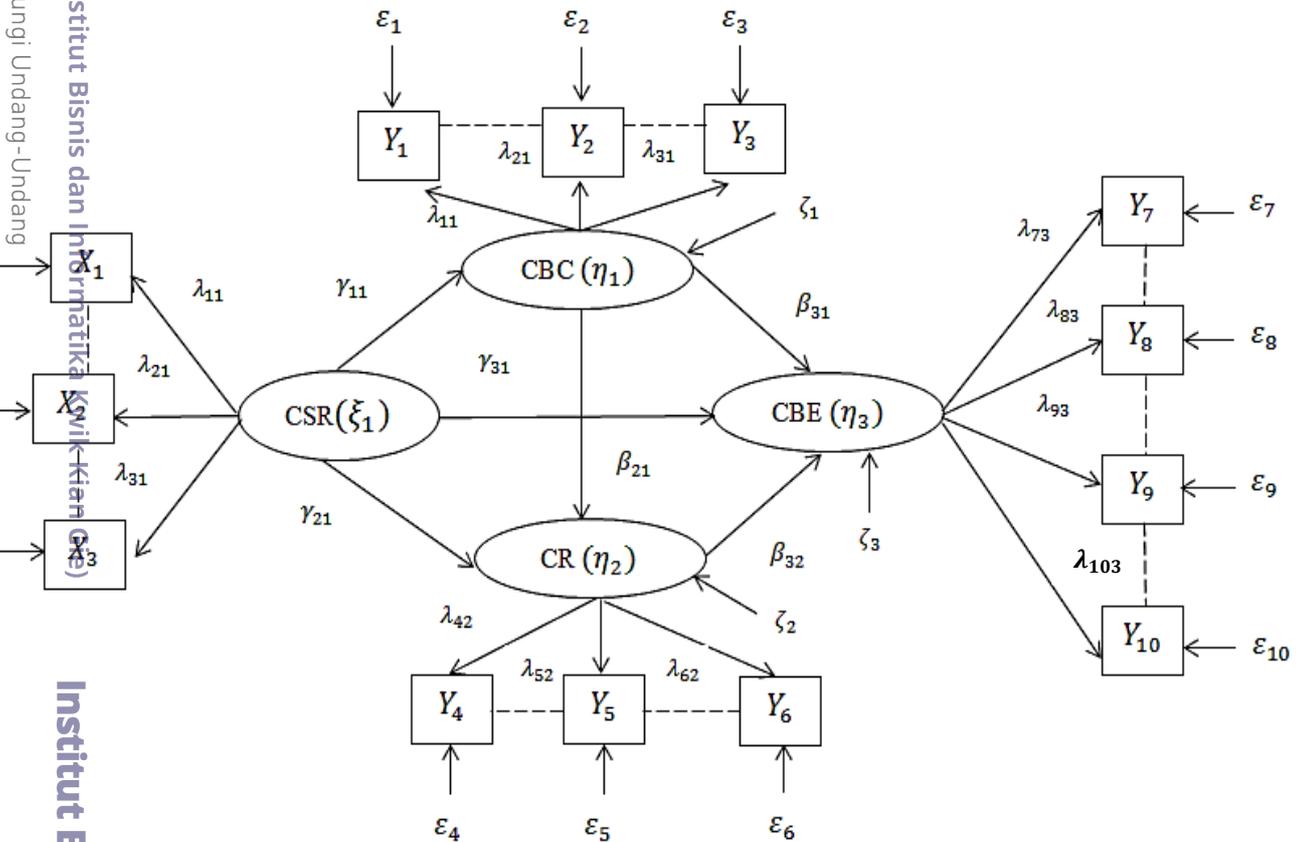
© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

menyeluruh mengenai struktur model. *Path diagram* dapat membantu dalam memahami hipotesis yang telah dibentuk sebelumnya dan juga dapat mengurangi kemungkinan *specification error*. Oleh karena itu, sangat disarankan untuk membangun terlebih dahulu *path diagram* sebelum menspesifikasikan model. Diagram alur akan digambarkan dalam gambar 3.1.

Gambar 3.1
Diagram Alur



Sumber: Dikembangkan oleh peneliti

Keterangan (Ghozali dan Fuad, 2008:22):

ξ (ksi) = Variabel laten eksogen (variabel independen), digambarkan sebagai lingkaran pada model struktural SEM.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



η (eta)

= Variabel laten endogen (variabel dependen, dan juga dapat menjadi variabel independen pada persamaan lain), juga digambarkan sebagai lingkaran.

(C) Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

γ (gamma)

= Hubungan langsung variabel eksogen terhadap variabel endogen.

β (beta)

= Hubungan langsung variabel endogen terhadap variabel endogen.

X

= Indikator variabel eksogen.

Y

= Indikator variabel endogen.

λ (lambda)

= Hubungan antara variabel laten eksogen ataupun endogen terhadap indikator-indikatornya.

δ (delta)

= Kesalahan pengukuran (*measurement error*) dari indikator variabel eksogen.

ζ (Zeta)

= Kesalahan dalam persamaan yaitu antara variabel eksogen dan/atau endogen terhadap variabel endogen.

ϵ (epsilon)

= Kesalahan pengukuran (*measurement error*) dari indikator variabel endogen.